



Development of Community Market through the Creative Economy: Case study of Lai Ta Market, Phayao Province

Puntanut Kajonjit^{1*}

Khunakorn Janthaweewiwawan^{*}

(Received Date: September 1, 2023, Revised Date : December 3, 2023, Accepted Date : December 15, 2023)

Abstract

This research aims to 1) survey the behavior and measure the level of satisfaction of service users. Kad Lai Ta, Phayao Province 2) To make recommendations for the development of the creative cultural economy of Kad Lai Ta, Phayao Province, using quantitative research methods. Collect data using General information questionnaire Study travel behavior to make recommendations The data was analyzed using descriptive statistics and content analysis. The results of the study found that Most respondents were female, 63 percent, aged 21-30 years, 36.4 percent were students, 34.1 percent often traveled with their families, 46 percent mostly came to use local food services, 80 percent knew Kad Lai. 46 percent from friends and acquaintances. Satisfaction assessment results at a very good level include: The market is clean and safe. Convenience of traveling to the market. The market has a variety of atmospheres and lifestyles. and food stores have reasonable prices. Suggestions are: 1) There should be development and promotion of Kad Lai Ta potential in management. packaging design financial management and knowledge management 2) The potential that can be further developed in the Lai Ta market is the cost of local raw materials. Emphasis on local wisdom and voluntary gathering. Set an affordable product price which can be further developed into the creative cultural economy.

Keywords: Phayao, Lai Ta Market, Community Market, Creative Economy

^{*} Public Administration Program, School of Political and Social Sciences, University of Phayao

^{1*} Corresponding Author, Email: Frameptn122144@gmail.com

การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาภาคหลายตำบล จังหวัดพะเยา

พันธรัฐ ขจรจิตร^{1*}
คุณากร จันทวิวัฒน์*

(วันรับบทความ: 1 กันยายน 2566/ วันแก้ไขบทความ: 3 ธันวาคม 2566/ วันตอบรับบทความ: 15 ธันวาคม 2566)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจพฤติกรรมและวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภาคหลายตำบล จังหวัดพะเยา 2) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของภาคหลายตำบล จังหวัดพะเยา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63 อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 36.4 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 34.1 มักเดินทางพร้อมครอบครัว ร้อยละ 46 ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้านอาหารพื้นเมือง ร้อยละ 80 รู้จักภาคหลายตำบลจากเพื่อน คนรู้จัก ร้อยละ 46 ผลการประเมินความพึงพอใจระดับดีมาก ประกอบด้วย ตลาดสะอาดและปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางมาตลาด ตลาดมีบรรยากาศและวิถีชีวิตที่หลากหลาย และร้านอาหารมีราคาเหมาะสม ข้อเสนอแนะ คือ 1) ควรมีการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพภาคหลายตำบลด้านการจัดการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดการการเงิน และการจัดการความรู้ 2) ศักยภาพที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ของตลาดภาคหลายตำบล คือ ต้นทุนวัตถุดิบในท้องถิ่น เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นการรวมตัวกันอย่างสมัครใจ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่แพง ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสู่เศรษฐกิจวัฒนธรรมสร้างสรรค์

คำสำคัญ: พะเยา, ภาคหลายตำบล, ตลาดชุมชน, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

* หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรมการสาธารณะ คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

^{1*} ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, อีเมล: Frameptn122144@gmail.com

บทนำ

กาดหลายต้า จากตลาดเล็ก ๆ ภายในชุมชนแม่ต้า โดยเริ่มจากผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยเกษียณและมีความต้องการใช้เวลาว่างหลังจากเกษียณออกมาค้าขายเป็นงานอดิเรก อีกทั้งยังมีนักเรียนจากโรงเรียนใกล้เคียงมาเข้าร่วมขายของในตลาด ซึ่งสินค้าที่นำมาขายแต่ละอย่างจะมีเรื่องราวในตัวเองที่เริ่มต้นมาจากการทำภายในครัวเรือน จากนั้นนำมาต่อยอดให้เป็นสินค้า “กาดหลายต้า” ชื่อตลาดนั้นเริ่มมาจากพื้นที่ตั้งของตลาด อยู่บริเวณสะพานท่าน้ำ ทำให้ชาวบ้านละแวกตลาดเรียกว่า “หลายต้า” ซึ่งเป็นภาษาเหนือ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคมและเป็นการนำแนวคิดในการนำ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ผนวกเข้ากับ “นวัตกรรม” และ “ความคิดสร้างสรรค์” มาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สร้างเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการคิดต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่หรือองค์ความรู้ที่มีอยู่ ให้มีคุณค่ามากขึ้นทั้งในทางรูปธรรมและนามธรรม (ชาคริต พิชญางกูร, 2561)

ดังนั้นหาก ตลาดชุมชนกาดหลายต้า ใช้แนวคิดพึ่งพาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสร้างไอเดียใหม่ ๆ ให้แก่ชุมชนมาช่วยในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ซึ่งชุมชนก็ได้นำมาประยุกต์ใช้ภายใต้ชื่อ “กาดหลายต้า Lai Ta Market ย่านเศรษฐกิจวัฒนธรรมสร้างสรรค์” โดยทำหน้าที่ในการช่วยในการสนับสนุนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการสนับสนุนต่าง ๆ สร้างพื้นที่ในการออกแบบที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์และเริ่มต้นธุรกิจซึ่งในปัจจุบัน มีสินค้าในชุมชนจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เราเห็นมากมาย ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมการแต่งกายอาหารพื้นเมือง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการได้รับแรงจูงใจให้อยากแต่งกายหรือลิ้มรสอาหารพื้นเมือง หรือการเพิ่มมูลค่าผ้าฝ้ายหลวง จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดัดแปลงให้เข้ากับบริบทและวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น

จากข้างต้น กาดหลายต้า ที่เป็นหนึ่งในตลาดชุมชน ที่มีการใช้วัฒนธรรม ในพื้นที่มาเป็นประโยชน์ในการนำเสนอและดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา และเผยแพร่ให้แก่ประชาชนรุ่นหลังเพียงแต่กาดหลายต้า ยังมีความจำเป็น ที่จะได้รับการพัฒนามากขึ้น จึงทำให้คณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประโยชน์และแนวทางในการพัฒนา กาดหลายต้า ให้เป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยจึงคิดปรึกษา และเลือกแนวทางในการพัฒนาตลาดชุมชนกาดหลายต้า จึงมีมติในการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและแก้ปัญหา เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้มาใช้บริการให้มากที่สุด และมีการจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดให้เป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้บริการกาดหลายต้า จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ต่อการท่องเที่ยวตลาดชุมชนกาดหลายต้า จังหวัดพะเยา

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของกาตหลายต้า จังหวัดพะเยา

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา กาตหลายต้า จังหวัดพะเยา ผู้ศึกษาจะกำหนดหัวข้อในการศึกษา ดังนี้

“ตลาด” คือการชุมนุมกันทางสังคม แลกเปลี่ยนสินค้ากันในภาษาทั่วไป ตลาดหมายความว่า รวมถึงสถานที่ที่มนุษย์มาชุมนุมกันเพื่อค้าขาย ในทางเศรษฐศาสตร์ ตลาดหมายถึงการแลกเปลี่ยนซื้อขายโดยไม่มี ความหมายของสถานที่ทางกายภาพ (Wikipedia, 2566)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานของ องค์ความรู้ ทักษะทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทาง ประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

โสภณ แดงมาศ, อภิชาติ ใจอารีย์, นิรันดร์ ยิ่งยวด (2562, น. 25-26) แนวทางการพัฒนา ศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย-มอญ ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภอบัวชุม จังหวัดราชบุรี พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย - มอญ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเดินทาง โดยรถยนต์ส่วนตัวเดินทางมากับครอบครัว/ญาติทราบข่าวสารของตลาดจากเพื่อนหรือญาติ และ Facebook ส่วนใหญ่สิ่งที่ดึงดูดใจให้มาเที่ยว คืออาหารและสินค้าท้องถิ่นการแสดงทางวัฒนธรรม และส่วนใหญ่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านวิถีชีวิตชุมชน

สุภาวดี บุญยฉัตร, ชาย สัญญาวิวัฒน์, วันทนา ภาคิน (2562, น.117) ทำการศึกษา ศักยภาพตลาดชายแดนไทย เพื่อเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยเน้นการศึกษา ศักยภาพ ชุมชนชายแดน เพื่อสรุปศักยภาพการพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการศึกษาทรัพยากรในชุมชน เพื่อพัฒนาตลาดชายแดนให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวขยายวงกว้างมากขึ้น จากนั้นมีการเสนอแนะ ตลาดชายแดนที่มีศักยภาพแนวทางการพัฒนา และเสนอรูปแบบตัวอย่างการพัฒนาเชิงกายภาพ การรวบรวมข้อมูลนั้น เริ่มจากการกำหนดเกณฑ์ประเมินตลาดในภาพกว้างจากองค์ประกอบ ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี (Mill and Morrison, 2012) แล้วจึงกำหนดแนวทางเชิงลึกโดยอ้างอิง ลักษณะของเมืองนำอยู่ 5 แนวทาง ที่มิวิจัยได้คัดเลือกตลาดชายแดนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนา เป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพียง 4 แห่งจากข้อมูลของตลาดทั้งหมด 19 แห่ง

อธิป จันทร์สุริย,สุดสันต์ สุทธิพิศาล,ขวัญณัทพร ขนอนคราม (2563, บทคัดย่อ) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพ การจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย

เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คณะกรรมการ ตลาด ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้นำชุมชน ใช้วิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์สภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ประกอบด้วย ทูทางวัฒนธรรม ความคิด

รัตติกาลญจน์ ภูษิต (2563, บทคัดย่อ) ทำการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลนในจังหวัดสุโขทัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลนในจังหวัดสุโขทัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์พบว่า กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้แก่ คุณภาพ รูปร่างลักษณะรูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า โดยเน้นอัตลักษณ์ผ้าหมักโคลนที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของ จังหวัดสุโขทัย กลยุทธ์ราคาโดยกำหนดคุณภาพสูงราคาปานกลางเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภค ให้ทราบคุณค่าผ้าหมักโคลนเป็นผ้าที่คุณสมบัติพิเศษที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดสุโขทัย กลยุทธ์การจัดจำหน่ายโดยใช้กลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตรงหรือช่องทางศูนย์ระดับ และกลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางประเภท1 ระดับ(การกำหนดกลุ่มลูกค้าแบบ B2B -business to business) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ(integrated marketing communication) ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณากลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

สรุปความสำคัญของการพัฒนาตลาดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดที่เป็นตลาดธุรกิจ ของชุมชนที่มีความคิดสร้างสรรค์นำเอาองค์ความรู้ ศิลปะ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ที่มีในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งตลาด และนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาตลาด ที่มีทุนทางวัฒนธรรม ในมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้ต้นแบบตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ มาเป็นกรณีศึกษาเพื่อเป็นแบบอย่างให้ตลาดธุรกิจชุมชนธรรมดาหาแนวทางที่เหมาะสมของตนเอง ในการพัฒนาตลาด และการพัฒนาตามนโยบายแนวทางการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไปสู่ตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รัตติกาลญจน์ ภูษิต (2563) ทำการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลนในจังหวัดสุโขทัยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อธิป จันทร์สุริย, สุตสันต์ สุทธิพิศาล และขวัญณัทพร ขนออนคราม (2563) ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

สุภาวดี บุญยฉัตร, ชาย สัญญาวิวัฒน์ และวันทนา ภาคิน (2562) การศึกษาศักยภาพ ตลาดชายแดนไทย เพื่อเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Mill, R.C., and Morrison, A. M. (2012) The Tourism System (7th ed.). USA: Kendall Hunt Publishing Company

กรอบแนวคิด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นผลของ ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช, 2539, น. 24-37)

(1) สถานที่บริการ ท่าเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง ทำให้ลูกค้าเข้าถึง การบริการได้สะดวก ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ

(2) การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยิน ข้อมูลสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการและได้รับการบริการที่ดีตามที่ได้ยินมา

(3) ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจได้ โดยผู้บริหารการบริการกำหนดนโยบาย โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า เป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย และให้ผู้บริการตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า สนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

(4) สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการส่งผล ต่อความพึงพอใจของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้ามักชื่นชม การออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงาม ของการตกแต่งภายในอาคาร การแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ ในงานบริการ

(5) กระบวนการให้บริการ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การจัดระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวสนองความต้องการลูกค้า การจัดระบบบริการส่งผลได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ สะดวกและรวดเร็ว

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษา กาดหล่ายต้า จังหวัดพะเยา ครั้งนี้

1) งานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมุ่งเน้นการสอบถามเฉพาะผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น

2) แบบสอบถามและข้อมูลเชิงประจักษ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า จังหวัดพะเยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนผู้ใช้บริการที่แน่นอน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในกรณี ที่ไม่ทราบที่แน่นอนจำนวน 100 คน และผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการ จากตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า โดยผู้ใช้บริการจะประเมินการให้บริการของตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน 2) ด้านองค์ประกอบของตลาด และ3) ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด เพื่อนำผลประเมินเป็นข้อมูลในการจัดสรรคแนวทางในการพัฒนา ตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า ให้เป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยประกอบด้วย 4 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ลักษณะและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ และภูมิลำเนา

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของตลาดชุมชนกาดหลายต้า ตามแนวคิด ทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้มาตราส่วนประมาณค่าซึ่งลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบให้ตอบในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อแปลความหมายของแบบสอบถาม ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย ปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ประกอบด้วยข้อคำถามทั้ง 3 ด้าน ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน ด้านองค์ประกอบของตลาด และด้านการบริการเบ็ดเตล็ด

ทั้งนี้แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงในเนื้อหา (validity) และหาค่าดัชนี ของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม เมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วจึง นำมาหาค่าแบบ Validity ตรงกับสิ่งที่ประเมินและนำมาหาค่า ได้แก่ $IOC = 0.765$ และแบบ Reliability = 0.956 SPSS โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินให้ค่า IOC มากกว่า 0.5 และ Reliability มากกว่า 0.75 เพื่อมาสรุปลงในวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า จำนวนทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง และให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความคิดเห็นของตนเอง จนครบจำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็น 100 % จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้รายงานและอธิบายระดับความพึงพอใจ ของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สรุปเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการกาดหลายต้า เรื่องความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า และข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กาดหลายต้า ได้ดังนี้ ภาพรวมจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า แสดงดังตารางที่ 1 และ ภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า ทั้ง 3 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับดี แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหลายต้า

ข้อมูลลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านมาใช้บริการที่กาดหลายต้าครั้งแรกหรือไม่		
1. เคย	54	54 %
2. ไม่เคย	46	46%
ท่านเดินทางร่วมกับใคร		
1. คนเดียว	18	18%
2. ครอบครัว	46	46%
3. เพื่อน	33	33%
4. อื่น ๆ	3	3%
ท่านใช้บริการรูปแบบใด		
1. อาหารพื้นเมือง	80	80%
2. คาเฟ่	24	24%
3. ร้านอาหาร	26	26%
4. เรียนรู้วิถีชีวิต	27	27%
5. ของหวาน	65	65%
6. ถ่ายภาพ	27	27%
7. ผักผลไม้	30	30%
8. อื่น ๆ	7	7%
ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวกาดหลายต้าหรือไม่		
1. แนะนำ	97	97%
2. ไม่แนะนำ	3	3%
ร้านค้าที่ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่		
1. เพียงพอ	33	33%
2. ไม่เพียงพอ	67	67%
ร้านค้าที่ต้องการให้เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในปัจจุบัน		
1. ร้านอาหารพื้นเมือง	44	44%
2. ร้านขนมหวาน	31	31%
3. ร้านผักและผลไม้	36	36%
4. ร้านเครื่องดื่ม	48	48%
5. ร้านสินค้าอื่น ๆ (โปรตุเกส)	15	15%
ท่านรู้จักกาดหลายต้าได้อย่างไร		
1. เว็บไซต์	11	11%
2. สื่อออนไลน์ (Facebook , Instagram)	40	40%
3. เพื่อน,คนรู้จัก	46	46%
4. ญาติ,ครอบครัว,บุตรหลาน	20	20%
5. อื่น ๆ	17	17%
การประชาสัมพันธ์ของกาดหลายต้าที่ท่านพบเห็นเป็นอย่างไร		
1. พบเห็นได้ง่าย	63	63%
2. พบเห็นได้ยาก	37	37%

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า ตอบว่าเคยมามากถึง 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54% และส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมครอบครัวมากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้านอาหารพื้นเมืองจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 80 จำนวนที่จะแนะนำมากถึง 97 คน คิดเป็นร้อยละ 97 ร้านค้าที่ให้บริการคิดเป็นร้อยละ 67 ร้านค้าที่ต้องการให้เพิ่มมากที่สุดคือ ร้านเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่รู้จักกาดหล่ายต้ามากที่สุดคือ เพื่อน คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 46 การประชาสัมพันธ์สามารถพบเห็นได้ง่าย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า ภาพรวมทุกด้าน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของตลาด	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน	3.42	1.006	พอใช้	3
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด	3.66	0.89	ดี	2
ด้านองค์ประกอบของตลาด	3.75	1.004	ดี	1
รวม	3.61	0.967		

จากตารางที่ 2 ภาพรวมระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนกาดหล่ายต้า ทั้ง 3 ด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของตลาด ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านองค์ประกอบของตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน อยู่ในระดับดีมาก ดี และพอใช้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก 2 ข้อ ระดับดี 2 ข้อ ระดับพอใช้ 1 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ ความสะอาดและปลอดภัย ระดับดีมาก มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.16, S.D.=1.03$) ตลาดมีบรรยากาศและวิถีชีวิตที่หลากหลาย ระดับดีมาก มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.04, S.D.=1.02$) ตลาดมีความน่าสนใจและน่าดึงดูด ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.89, S.D.=0.91$) ตลาดมีพื้นที่ให้นั่งพักผ่อนมากน้อยเพียงใด ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.55, S.D.=1.01$) ตลาดมีจุดบริการทิ้งขยะมากน้อยเพียงใด ระดับพอใช้ มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.12, S.D.=1.05$) ตามลำดับ

ด้านการบริการเบ็ดเตล็ดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน อยู่ในระดับดีมาก ดี และพอใช้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ ระดับดี 2 ข้อ ระดับพอใช้ 2 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ ร้านขายอาหาร มีราคาที่เหมาะสม ระดับดีมาก มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4, S.D.=0.77$) สุขอนามัยของร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.96, S.D.=0.90$)

มีประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและเข้าถึงง่าย ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.52, S.D.=0.99$) มีร้านค้าและร้านอาหารบริการที่หลากหลาย ระดับพอใช้ มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.49, S.D.=0.81$) ห้องน้ำสาธารณะสะอาดและเพียงพอต่อความต้องการ ระดับพอใช้ มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.33, S.D.=0.98$) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน อยู่ในระดับดีมาก ดี พอใช้ และควรปรับปรุงตามลำดับ เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก 1 ข้อ ระดับดี 2 ข้อ ระดับพอใช้ 1 ข้อ ระดับควรปรับปรุง 1 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด คือ การเดินทางมาตลาดสะดวกมากน้อยเพียงใด ระดับดีมาก มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=4.05, S.D.=0.88$) ผู้ดูแลตลาดช่วยบอกถึงสถานที่จัดตั้งตลาดได้เป็นอย่างดี ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.65, S.D.=0.99$) สถานที่จอดรถมีความสะดวก และกว้างขวาง ระดับดี มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.38, S.D.=1$) มีลักษณะบ่งบอกเส้นทางที่ชัดเจน ระดับพอใช้ มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=3.29, S.D.=1.11$) มีระบบรับส่ง เช่น รถรับส่งบริการมากน้อยเพียงใดระดับควรปรับปรุง มีค่าอยู่ที่ ($\bar{X}=2.74, S.D.=1.05$) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์แก่ตลาดชุมชนกาตหลายต้า

กาตหลายต้ามีการนำเสนอที่สร้างสรรค์หลากหลายวิธีเพียงแต่ความสร้างสรรค์ที่นำเสนอ ยังไม่ใช่กิจกรรมที่เสถียรที่เป็นกิจกรรมประจำตลาดยังมีน้อย และปัจจัยที่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคล หรือองค์กร คือ ปัจจัยบุคคลหมายถึงการได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนมากขึ้น อาจเกิดจากความสมัคร การขอความร่วมมือ เพื่อเพิ่มกำลังในการพัฒนากาตหลายต้า หรือการเปิดโอกาสให้ชุมชนใกล้เคียงมามีส่วนร่วม ปัจจัยองค์กรที่สนับสนุน เช่น มหาวิทยาลัยพะเยา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดพะเยา องค์การบริหารส่วนตำบลเทศบาลเมืองพะเยา กรมการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา เป็นต้น ที่เป็นหน่วยงานที่คอยสนับสนุนการพัฒนาชุมชน ที่ช่วยเหลือให้พัฒนาจากชุมชนธรรมดา ให้กลายเป็นชุมชนที่มีชุมชนกาตหลายต้าได้ ดังนั้นหากกาตหลายต้าสามารถดำเนินตามแนวทางที่นำเสนอได้ก็จะทำให้กาตหลายต้า ก้าวเข้าสู่ตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการกาตหลายต้า

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการกาตหลายต้า ส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้ใช้บริการที่มาเป็นครอบครัว ที่ผ่านทางหรือรู้จักกาตหลายต้าจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์เช่น Facebook ส่วนใหญ่สิ่งที่ดึงดูดใจให้มาเดินตลาด คือ อาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของกาตหลายต้า ที่ใช้อาหารพื้นเมืองที่หาทานได้ยาก และการนำเสนอวิถีชุมชนมาเพื่อดึงดูดลูกค้า ทั้งนี้เพราะกาตหลายต้า เปิดทุกวันวันพุธ อยู่ในตัวเมืองพะเยาไม่ไกลจาก ห้าง ร้าน ต่าง ๆ มากนัก มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อความต้องการในปัจจุบัน และอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดพะเยา เช่น วัดศรีโคมคำ พระตำหนักกว๊านพะเยา และศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพะเยา เป็นต้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อน

ที่ผ่านทางมาหรือมีจุดประสงค์มาที่กาตหลายต้าโดยตรง สามารถแวะจับจ่ายซื้อของจากกาตหลายต้าได้ และเดินทางท่องเที่ยวต่อไปในสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้เวลาไม่นาน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาดผ่าน YouTube ชื่อช่องกาตหลายต้า ผ่านทางเพจ Facebook ชื่อ กาตหลายต้า Lai Ta Market ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดมากขึ้น และเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภณ แดงมาศ, อภิชาติ ใจอารีย์, นิรันดร์ ยิ่งยวด (2562, น. 25-26) แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย-มอญ ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย - มอญ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมากับครอบครัว/ญาติหรือพาข่าวสารของตลาดจากเพื่อนหรือญาติ และ Facebook ส่วนใหญ่ สิ่งที่น่าสนใจให้มาเที่ยว คืออาหารและสินค้าท้องถิ่นการแสดงทางวัฒนธรรม และส่วนใหญ่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านวิถีชีวิตชุมชน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกาตหลายต้า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดเชิงวัฒนธรรม หรือ ตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตลาดชุมชนกาตหลายต้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านองค์ประกอบของตลาดและบริการเบ็ดเตล็ดเนื่องจากพื้นที่ภายใน ชั่วฉั่วยรอด (สะพานแดง) ชุมชนแม่ต้า ซึ่งเป็นที่ตั้งของตลาดกาตหลายต้า เป็นทางเดินขนาดกลางริมคลอง ทำให้ตลาดมีบรรยากาศที่สดชื่น ได้รับถึงความรู้สึกเหมือนมาเดินตลาดกับพ่อแม่ตอนเด็ก ด้านชาวตลาดมีคาเฟ่ ที่มีการจัดแต่งด้วยต้นไม้พืชผักให้เห็นถึงสีเขียวสดใส ด้านซ้ายเป็นคลองที่มีน้ำไหลผ่านตลอดให้กลิ่นอายดินและกลิ่นน้ำ และศูนย์การเรียนรู้ผ้าทออยู่จุดทางเข้าที่เปิดให้ผู้ให้บริการเข้าชมได้ทั้งยังอธิบายถึงกรรมวิธีการเปลี่ยนวัสดุพื้นบ้านอย่างฝ้ายออกมาเป็นผ้าทอ กาตหลายต้ามีกิจกรรมให้ พ่อค้าแม่ค้าภายในตลาด มีการจัดร้านและแต่งตัวตามวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็นสีสันของตลาด พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการเข้ามามีส่วนร่วมแต่งตัวหรือถ่ายภาพด้วยได้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภณ แดงมาศ, อภิชาติ ใจอารีย์, นิรันดร์ ยิ่งยวด (2562, น.26) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย-มอญ ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เนื่องจากพื้นที่ภายในชุมชนดอนกระเบื้องซึ่งเป็นที่ตั้งของตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย - มอญ มีความร่มรื่นเต็มไปด้วยไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ เช่น ต้นยางนา ต้นโพธิ์ ต้นไทร ต้นจันทน์ เป็นต้น ทำให้เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์หลายชนิด เช่น นกนานาพันธุ์ กระรอก และด้านศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าในตลาด “ซา-สุขใจ” วิถีไทย - มอญ ล้วนแต่งกายตามวัฒนธรรมไทยมอญ และมีการแสดงที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต วันละ 2 รอบ พร้อมเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมได้ด้วย

แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภาคหลายต้า

ตลาดชุมชนภาคหลายต้า ได้ดำเนินการ สร้างแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ ผ่านการนำเสนอ ตลาดกลิ่นอายโบราณ เพื่อให้นักท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการตลาดชุมชน ภาคหลายต้า ได้รับรู้ความรู้สึกถึงการมาเดินตลาด กับครอบครัวสมัยอดีต ได้มีการนำกิจกรรม เสริมสร้างความสัมพันธ์ แก่คนในชุมชน ได้มีส่วนร่วม และได้มีการอนุรักษ์ซึ่งวัฒนธรรม ในพื้นที่ โดยคณะผู้วิจัยได้มีการ สร้างขอบเขตในการวิจัย เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เพียงแค่การเก็บข้อมูลของผู้มาใช้บริการตลาดชุมชนภาคหลายต้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของอชิป จันทรสุริย,สุดสันต์ สุทธิพิศาล,ขวัญณัทพร ขนอนคราม (2563) ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุค บ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คณะกรรมการ ตลาด ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้นำชุมชนใช้วิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า การวิเคราะห์สภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บน ฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ประกอบด้วย ทูทางวัฒนธรรม ความคิด เป็นต้น จึงทำให้เล็งเห็นได้ว่า การวิจัยของคณะผู้วิจัย ที่มีเพียงการเก็บผลการวิจัยของพฤติกรรมความพึงพอใจและแนวทาง การเสนอแนะยังขาดหลากหลายองค์ประกอบ ในการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดชุมชน ให้กลายเป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัยจึงเก็บปัญหาที่ได้รับในการวิจัยในครั้งนี้ มาเป็นแนวทางในการวิจัยในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการเพื่อพัฒนาตลาดชุมชนภาคหลายต้า โดยแบ่งข้อเสนอแนะเป็นองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน ด้านองค์ประกอบ ของตลาด ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ดังนี้

1. ด้านการเข้าถึงตลาดชุมชน

1.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความครอบคลุมทั้งตำบล จังหวัดหรือพื้นที่อื่น ๆ รวมถึงมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและป้ายเชิญชวนนักท่องเที่ยว

1.2 อาจจะมีการเพิ่มนโยบายให้ตำบลอื่น ๆ นอกจากตำบลแม่ต้า เข้ามาจำหน่าย สินค้าเพื่อเพิ่มจำนวนกลุ่มผู้มาใช้บริการภาคหลายต้า

1.3 มีนโยบายเพิ่มวันการในการค้าขายจาก 1 วันต่อสัปดาห์ เป็น 2 วันต่อสัปดาห์

2. ด้านองค์ประกอบของตลาด

2.1 สนับสนุนให้เกิดลานกิจกรรมพิเศษ การแสดงดนตรีพื้นเมือง สะล้อ ซอ ซึง รำวง และดนตรีสด

2.2 จัดหาถังขยะและแยกขยะ เป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย ถังสีเหลือง สำหรับขยะ รีไซเคิล ถังสีเขียว สำหรับขยะอินทรีย์ และถังสีน้ำเงิน สำหรับขยะทั่วไป รวมถึงมีการจัดเจ้าหน้าที่ เก็บขยะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทิ้งขยะของผู้ใช้บริการและป้องกันปัญหาขยะตกค้าง

3. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ดพัฒนาตลาดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การที่จะพัฒนาตลาดหลายตำบลที่เป็นตลาดชุมชน ให้กลายเป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาได้หากเป็นปัจจัยที่มีอยู่แล้ว การพัฒนา คือ ปัจจัยพื้นที่ที่มีมากเพียงพอต่อการพัฒนาตลาดให้ขยายขอบเขตพื้นที่มากขึ้น ปัจจัยวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่หลากหลายเพิ่มเติมจากที่มีอย่างการนำเสนอวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นบ้านเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการเป็นตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ ณ ปัจจุบัน ตลาดหลายตำบลมีการนำเสนอที่สร้างสรรค์หลากหลายวิธีเพียงแต่ความสร้างสรรค์ที่นำเสนอยังไม่ใช้กิจกรรมที่เสถียรที่เป็นกิจกรรมประจำตลาดยังมีน้อย และปัจจัยที่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคล หรือองค์กร คือ ปัจจัยบุคคลหมายถึงการได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนมากขึ้นอาจเกิดจากความสมัครใจขอความร่วมมือ เพื่อเพิ่มกำลังในการพัฒนาตลาดหลายตำบล หรือการเปิดโอกาสให้ชุมชนใกล้เคียงมีส่วนร่วม ปัจจัยองค์กรที่สนับสนุน เช่น มหาวิทยาลัยพะเยา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การบริหารส่วนจังหวัดพะเยา องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลเมืองพะเยา กรมการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา เป็นต้น ที่เป็นหน่วยงานที่คอยสนับสนุนการพัฒนาชุมชน ที่ช่วยเหลือให้พัฒนาจากชุมชนธรรมดา ให้กลายเป็นชุมชนที่มีชุมชน ตลาดหลายตำบลได้ ดังนั้นหากตลาดหลายตำบลสามารถดำเนินตามแนวทางที่นำเสนอได้ก็จะทำให้ตลาดหลายตำบลก้าวเข้าสู่ตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- ชีวรรณ เจริญสุข. (2563). *แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (SERVICE QUALITY SATISFACTION). DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION (DBA). MAYMEILING LEAVE A COMMENT.*
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. *คู่มือเขียนเอกสารอ้างอิงและบรรณานุกรม - APA.pd.* <http://eng.rmutsv.ac.th/engineeri/sites/default/files/u761/5.3%20>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). *ข้อมูลและสถิติบทความและการวิจัยแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ SOFT POWER.*
- โสภณ แดงมาศ, อภิชาติ ใจอารีย์, และนิรันดร์ ยิ่งยวด. (2562). ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาด “ชา-สุขใจ” วิถีไทย - มอญ ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภอโพธารามจังหวัดราชบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 25(4).
- Kris Piroj. (2562). *เศรษฐกิจคืออะไร? ความหมายของเศรษฐกิจ.* <https://www.Greedisgoods.com>
- Kapook. (2563). *ที่ท่องเที่ยวตลาดชุมชนจันทบุรี หลากเมนูพื้นถิ่น ล้มผัสวิถีถิ่นแห่งชุมชน.* <https://www.kapook.com>
- Lie John. (1997). *Sociology of Markets. Annual Review of Sociology*, 23, 341-360.
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL).* https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL